

DOING BUSINESS WITH THE USA

Une perspective Tunisienne

Faouzi EL MUFTI – Expert - Coordonnateur du FAMEX

Maison de l'exportateur – Tunis le 11 Janvier 2012

AGENDA

1. **Les Etats-Unis : Des faits, des chiffres et des tendances**
2. **Tunisie- Etats-Unis : état des lieux**
3. **Comment faire en pratique?**

LE FAMEX EN BREF

- Programme conçu entre le Gouvernement Tunisien et la Banque Mondiale sous forme de PPP
- Traitement de 2200 demandes dont 1615 projets d'entreprises approuvés (161% de l'objectif) (79 projets sur les Etats-Unis)
- Prépondérance de 3 secteurs (en nombre d'entreprises, en engagement) : Services, ITH, IAA représentatifs de la structure de l'économie tunisienne.
- Prépondérance des régions côtières du pays (92.66%)
- **1 DT de subvention a généré 26.9 TND d'exportation**
- **45** pays ciblés par les exportations (logique nouveaux marchés/nouveaux produits) répartis comme suit

Afrique 63% ; Europe : 33%

Asie: 3%

Amérique: 1%

Les Etats-Unis : Des faits, des chiffres et des tendances



Les Etats-Unis

- ❑ Une fédération de 300 millions d'habitants, 55 fois de la Tunisie;
- ❑ 50 Etats, 4 grandes régions: Atlantique, pacifique, Midwest, Sud
- ❑ Langue Anglaise et Espagnole principalement
- ❑ Partage du pouvoir entre les Etats et le gouvernement Fédéral .
 - ❑ Compétence fédérale: droit d'auteur, brevet, commerce entre les pays
 - ❑ Compétence des états: droit des sociétés, droits des contrats
- ❑ Pouvoir législatif (deux chambres aux intérêts parfois opposées) pouvoir de nomination de l'exécutif, pouvoir de légiférer
- ❑ Importance des groupes de pression (Lobby)

Les Etats-Unis – Tendances Economiques

- ❑ ¼ du PIB Mondial; 46000 USD/habitants;
- ❑ **78.2%** du PIB en services; 2.6% en Agriculture
- ❑ Accélération de la croissance du secteur des services avec l'arrivée des TIC
- ❑ 5 Etats produisent 39 % du PIB (Exemple l'Etat de New York est considéré comme le 11ème pays du Monde)
- ❑ Montée de la Chine provoquant le déclin du secteur industriel et la croissance du secteur des services
- ❑ 8 habitants/10 habitent une agglomération qui ont tendance à habiter de plus en plus vers le Sud

Les Etats-Unis – La politique commerciale

- ❑ **Ardents promoteurs de la libéralisation du commerce mondial (16.1% des exportations mondiales)**
- ❑ **Acteur majeur dans les négociations multilatérales (OMC)**
- ❑ **Politique commerciale conduite par l'USTR (représentant spécial du président dans les négociations commerciales)**
- ❑ **Certains sujets restent extrêmement sensibles : Dumping, relations avec la chine, **Propriété intellectuelle**, questions sociales et environnementales**
- ❑ **3 départements essentiellement concernées: Commerce, trésor, et Agriculture**
- ❑ **A chaque Etape des négociations retour vers le congrès**
- ❑ **Plusieurs accords de libre Echanges ont été conclus dont (Jordanie, Chili, Australie, Maroc, Bahreïn, Oman, Pérou Colombie, Panama, EAU)**

Les Etats-Unis – Tendances de consommation

- ❑ 16 000 nouveaux produits par an, durée moyenne de vie : 2 ans
 - **Innovation continue caractéristique du marché américain**
- **450** chaînes de distributions alimentaires , 82% des produits alimentaires sont achetés dans des chaînes alimentaires
- **925000** restaurants
- **Nouvelles tendances alimentaires**
 - ❑ Le biologique et le Naturel
 - ❑ Le No Salt; l'indice glycémique
 - ❑ Les nouvelles saveurs: les goûts exotiques: Myrtille, la grenade, le mangoustan: la valeur ajoutée est dans les apports anti-oxydants
 - ❑ Les portions de **100 calories** (risque obésité)
 - ❑ Croissance des gammes **ethniques et thématiques**
 - ❑ Augmentation des Marques distributeurs
- **Le circuit de distribution a plus tendance à être régional que national**
- ❑ **Passage quasi obligatoire : importateur – distributeur - détaillant**

Tunisie-Etats-Unis: Etat des lieux

Tunisie-Etats-Unis: Etat des lieux

- ❑ Le taux de croissance moyen des exportations vers les USA durant 2004-2008 est de 30%
- ❑ Principaux produits exportés: Agro-alimentaire; bijoux, textile
- ❑ La Tunisie est le **94ème** client des Etats-Unis, située entre le Maroc (86ème) et la Syrie (97ème) – Sur 228 pays et territoires sélectionnés (ref: ITC)
- ❑ Les exportations vers les Etats-Unis représentent 1.67% des exportations totales Tunisiennes- (moyenne 2004-2008)
- ❑ Des ventes très déséquilibrées dans l'agro-alimentaire: prépondérance de l'huile d'olive
- ❑ Une part de marché très faible par rapport à l'huile d'olive malgré qu'on soit le 4^{ème} producteur mondial
- ❑ Une Visibilité des produits tunisiens quasi-inexistante
- ❑ Une Absence de communication générique (sauf cas de l'Huile d'olive)

Tunisie- Etats-Unis: opportunités et menaces...

Opportunités

- ❑ Enorme marché solvable
- ❑ Intérêts pour les produits de qualité
- ❑ Envie de nouveautés

Menaces

- ❑ Risques réglementaires et contractuelles
- ❑ Crise économique
- ❑ Montée de la production américaine

Comment faire?

Les Etats-Unis: Marché concurrentiel et exigeant!!!

Alors comment faire?

- Des exigences de base
 - La connaissance de la langue
 - La préparation de bons supports marketing (en vidéo, sur site internet)
 - L'appel à un expert marketing spécialisé pour effectuer une étude
 - Bien vendre son produit à l'agent qui va lui-même le vendre

- Pourquoi un Agent?
 - Ne pas réinventer la roue!!!!
 - Connaissance personnelle des distributeurs
 - Synergie, complémentarité avec d'autres produits

5 Règles d'or pour réussir

1. **Think out of the Box! (Imagination, imagination!!)**
2. **Adapter son Produit**
3. **Disposer d'un site internet en Anglais**
4. **Bien s'entourer (Le Bon client, Le bon expert Marketing, Le bon agent, le bon avocat, le bon logisticien)**
5. **Effectuer une opération pilote et Respecter le 1^{er} contrat**

En quoi le FAMEX peut vous aider?

- 1. Elaboration d'une stratégie de pénétration de marché**
- 2. Une Assistance financière (50% pour une entreprise et 70% dans le cas d'un groupement ou d'une Association)**
- 3. Une aide à l'implantation sur place**

Merci de votre attention

Visitez notre Site Web
www.famex.org.tn